E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 6757- 6763
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

Peran Publik Relatons Dalam Membangun Citra Positif Suatu Organisasi

Sri Hertini[1], Afifah Rahmadhina[2], Rani[3], Bunga Melati[4], Andini Nursiana[5], Imam Ramadani[6]

[1,2,3,4,5,6] Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Jl. Prof. K.H Zainal Abidin Fikri No. Km 3, RW 05, Pahlawan

Kec. Kemuning, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan, 30126

Email: srihertini_uin@radenfatah.ac.id, rahmadhinaafifah@gmail.com, ranikurnia0702@gmail.com, melatibunga60593@gmail.com, imamramadani100908@gmail.com

ABSTRAK

Public Relations (PR) memiliki peran penting dalam suatu organisasi, terutama dalam membangun dan mempertahankan citra positif di mata publik. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui peran Public Relations, strategi yang dapat dilakukan, serta penerapan Public Relations dalam membangun citra positif suatu organisasi. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*), yaitu dengan mengumpulkan, membaca, mempelajari, dan menganalisis berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan Public Relations, komunikasi organisasi, dan citra organisasi. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa Public Relations tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga berperan sebagai penghubung antara organisasi dengan publik, membangun hubungan yang baik, menjaga kepercayaan, mengelola informasi, serta membantu organisasi dalam menghadapi permasalahan komunikasi. Keberhasilan Public Relations dalam membangun citra positif dipengaruhi oleh komunikasi yang efektif, kejujuran, etika, kemampuan membangun relasi, dan ketepatan dalam menyampaikan informasi. Dengan komunikasi yang terbuka dan hubungan yang harmonis, organisasi dapat memperoleh kepercayaan dan dukungan dari masyarakat.

Kata kunci: Public Relations, citra positif, organisasi, komunikasi.

E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 6757- 6763
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

ABSTRACT

Public Relations (PR) plays an important role in an organization, particularly in building and maintaining a positive image in the eyes of the public. This paper aims to examine the role of Public Relations, the strategies that can be implemented, and the application of Public Relations in building a positive organizational image. The method used is qualitative research with a library research approach, which involves collecting, reading, studying, and analyzing various written sources related to Public Relations, organizational communication, and organizational image. The discussion shows that Public Relations is not only responsible for conveying information but also serves as a link between the organization and the public, building good relationships, maintaining trust, managing information, and helping organizations deal with communication problems. The success of Public Relations in building a positive image is influenced by effective communication, honesty, ethics, relationship-building skills, and accuracy in delivering information. Through open communication and harmonious relationships, organizations can gain public trust and support.
Keywords: Public Relations, positive image, organization, communication.

PENDAHULUAN

Dalam suatu organisasi, komunikasi merupakan salah satu hal yang sangat penting. Komunikasi yang baik diperlukan agar organisasi dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat maupun pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan organisasi tersebut. Selain itu, komunikasi juga dapat membantu organisasi dalam membangun hubungan yang baik dengan publik. Salah satu pihak yang memiliki peran penting dalam hal tersebut adalah Public Relations atau Hubungan Masyarakat.

Public Relations merupakan bagian dalam organisasi yang berperan dalam membangun dan menjaga hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya. Public Relations tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam menciptakan pemahaman, kepercayaan, dan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat. Hubungan yang baik tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap pandangan masyarakat terhadap suatu organisasi.

Citra merupakan salah satu hal penting bagi keberlangsungan sebuah organisasi. Citra dapat menggambarkan bagaimana suatu organisasi dipandang oleh masyarakat atau

publik. Citra yang positif dapat meningkatkan kepercayaan dan memberikan kesan yang baik terhadap organisasi. Sebaliknya, citra yang buruk dapat menimbulkan ketidakpercayaan dan memberikan dampak negatif terhadap keberadaan organisasi.

Dalam membangun citra positif, Public Relations dapat melakukan berbagai kegiatan, seperti menjalin hubungan dengan media, menyampaikan informasi kepada masyarakat, mengelola media sosial, melaksanakan kegiatan sosial, serta menangani berbagai permasalahan atau krisis komunikasi yang terjadi. Oleh karena itu, Public Relations memiliki peran yang cukup penting dalam membantu organisasi mempertahankan kepercayaan publik.

Perkembangan teknologi dan media sosial juga membuat kegiatan Public Relations menjadi semakin penting. Informasi mengenai suatu organisasi dapat menyebar dengan cepat melalui media sosial. Hal tersebut memberikan peluang bagi organisasi untuk memperkenalkan kegiatan dan membangun citra positif, tetapi juga dapat menjadi tantangan apabila muncul informasi negatif mengenai organisasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang tepat agar organisasi dapat mengelola informasi dan menjaga hubungan yang baik dengan publik.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa Public Relations memiliki peran penting dalam membangun dan mempertahankan citra positif suatu organisasi. Oleh karena itu, jurnal ini membahas lebih lanjut mengenai peran Public Relations serta strategi yang dapat dilakukan dalam membangun citra positif organisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (library research). Pendekatan ini dilakukan dengan mengumpulkan, membaca, mempelajari, dan menganalisis berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian, yaitu peran Public Relations dalam membangun citra positif suatu organisasi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur, seperti jurnal ilmiah, buku, dan artikel ilmiah yang membahas Public Relations, komunikasi organisasi, citra organisasi, serta strategi komunikasi. Data

tersebut digunakan sebagai landasan untuk memahami dan mengkaji permasalahan yang dibahas.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu dengan mencari, mengumpulkan, dan mempelajari sumber-sumber tertulis yang sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, informasi dari berbagai literatur tersebut dianalisis untuk memahami peran dan strategi Public Relations dalam membangun serta mempertahankan citra positif suatu organisasi. Hasil analisis digunakan sebagai dasar dalam menyusun pembahasan dan menarik kesimpulan berdasarkan sumber-sumber yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Public Relation dalam Komunikasi Organisasi

Public Relations merupakan bagian penting dalam organisasi yang berperan membangun dan menjaga hubungan antara organisasi dengan publiknya. Menurut Jefkins (1980), *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara organisasi dengan khalayaknya untuk mencapai tujuan tertentu berdasarkan saling pengertian. Dengan demikian, Public Relations tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi penghubung antara organisasi dan publik agar tercipta hubungan yang harmonis.

Dalam komunikasi organisasi, Public Relations memiliki beberapa peran, yaitu sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi. Peran sebagai penasihat ahli dilakukan dengan memberikan saran dalam menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan publik. Sebagai fasilitator komunikasi, Public Relations membantu menyampaikan informasi, pendapat, dan harapan antara organisasi dengan publik. Sementara itu, sebagai fasilitator pemecahan masalah, Public Relations membantu manajemen dalam menangani persoalan organisasi. Adapun sebagai teknisi komunikasi, Public Relations bertugas menjalankan kegiatan teknis, seperti menulis siaran pers, mengembangkan isi situs web, dan menjalin hubungan dengan media.

Tugas dan Fungsi Public Relations dalam Organisasi

Tugas Public Relations mencakup hubungan dengan publik internal dan eksternal. Publik internal meliputi karyawan, pegawai, pimpinan, dan pihak yang memiliki kepentingan di dalam organisasi. Hubungan dengan publik internal dilakukan melalui komunikasi yang baik, penyampaian informasi, penyaluran kritik dan saran, serta pembinaan hubungan yang harmonis antara pimpinan dan karyawan.

Sementara itu, publik eksternal meliputi masyarakat, konsumen, media massa, komunitas, pemerintah, dan pihak lain di luar organisasi. Hubungan dengan publik eksternal dilakukan dengan membangun komunikasi yang baik, menyampaikan informasi mengenai kegiatan organisasi, menangani keluhan konsumen, menjalin hubungan dengan media, serta menjaga hubungan dengan pemerintah dan masyarakat. Pelaksanaan tugas tersebut perlu memperhatikan etika, ketepatan informasi, dan kepentingan publik agar tidak menimbulkan kesalahpahaman yang dapat merugikan organisasi.

Fungsi Public Relations dalam organisasi antara lain mengabdi kepada kepentingan publik, memelihara komunikasi yang baik antara organisasi dengan publik, memperhatikan moral dan tingkah laku, menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi, memperoleh keuntungan bersama, menyampaikan informasi kepada publik, serta menjalankan tanggung jawab sosial. Fungsi-fungsi tersebut menunjukkan bahwa Public Relations berperan dalam menjaga hubungan timbal balik dan mendukung tercapainya tujuan organisasi.

Peran Pubic Relations dalam Membangun Citra Positif

Citra positif merupakan hal penting bagi keberlangsungan organisasi karena berkaitan dengan pandangan, kepercayaan, dan penilaian publik terhadap organisasi. Public Relations berperan membentuk citra melalui komunikasi yang terencana, penyampaian informasi yang benar, serta hubungan yang baik dengan publik. Kegiatan komunikasi yang dilakukan secara konsisten dapat memengaruhi cara masyarakat memandang organisasi.

Satlita (2006) menjelaskan pentingnya membangun citra positif organisasi melalui Public Relations. Citra yang baik dapat terbentuk ketika publik memiliki kesan positif terhadap organisasi. Oleh karena itu, Public Relations perlu memperhatikan informasi yang disampaikan serta menjaga hubungan dengan publik agar kepercayaan masyarakat terhadap organisasi dapat dipertahankan.

Dalam menjalankan perannya, Public Relations juga perlu memperhatikan pendapat dan kritik dari konsumen. Masukan tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi organisasi untuk memperbaiki dan mengembangkan kebijakan, budaya organisasi, serta suasana kerja. Komunikasi dua arah yang terbuka membantu organisasi memahami kebutuhan publik sekaligus meminimalkan munculnya permasalahan komunikasi.

Keahlian yang Diperlukan Public Relations

Keberhasilan Public Relations dalam menjalankan tugasnya didukung oleh beberapa keahlian, yaitu komunikasi, kemampuan berbahasa, keahlian meneliti, membangun relasi, kemampuan menulis, dan bernegosiasi. Kemampuan komunikasi diperlukan untuk menjalin hubungan dengan berbagai pihak. Kemampuan berbahasa membantu penyampaian pesan agar dapat dipahami dengan baik, sedangkan keahlian meneliti diperlukan untuk memastikan kebenaran informasi sebelum disampaikan kepada publik. Selain itu, kemampuan membangun relasi membantu organisasi memperluas hubungan kerja sama. Kemampuan menulis diperlukan untuk menyusun informasi secara jelas dan terstruktur, sedangkan kemampuan bernegosiasi berguna dalam menghadapi klien, tim kerja, dan pihak lain yang berkepentingan. Seluruh keahlian tersebut mendukung pelaksanaan tugas Public Relations secara profesional dan bertanggung jawab.

Berdasarkan pembahasan tersebut, Public Relations memiliki peran penting dalam membangun dan mempertahankan citra positif organisasi. Peran tersebut dapat dijalankan melalui komunikasi yang efektif, pengelolaan informasi yang tepat, hubungan yang harmonis dengan publik internal maupun eksternal, serta pelaksanaan tugas dengan memperhatikan etika dan tanggung jawab. Dengan demikian, organisasi dapat memperoleh kepercayaan dan dukungan dari masyarakat.

KESIMPULAN

Public Relations (PR) memiliki peran penting dalam membangun dan mempertahankan citra positif suatu organisasi di mata publik. PR tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi penghubung antara organisasi dengan publik, membangun hubungan yang baik, menjaga kepercayaan, serta membantu organisasi menghadapi permasalahan komunikasi. Peran tersebut dilakukan melalui komunikasi yang efektif, pengelolaan informasi, hubungan dengan media, kegiatan sosial, serta hubungan dengan publik internal maupun eksternal.

Keberhasilan PR dalam membangun citra positif dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi, kejujuran, etika, kemampuan membangun relasi, dan ketepatan dalam menyampaikan informasi. Oleh karena itu, PR perlu menjalankan tugasnya secara bertanggung jawab dengan mengutamakan kepentingan organisasi dan publik. Dengan hubungan yang baik dan komunikasi yang terbuka, organisasi dapat memperoleh kepercayaan dan dukungan dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). *Public relations*. Ikatan Guru Indonesia.

Satlita, L. (2006). Membangun citra positif organisasi melalui public relations. *Efisiensi, 6*(1).